

Presse-Information
13. November 2021

„Moving Minds“ Kampagne startet: Bekannte Co-Creators produzieren gemeinsam mit BMW ihre Inhalte zum neuen BMW iX und BMW i4.

- Markteinführung der vollelektrischen Modelle BMW iX und BMW i4 steht im Zentrum der BMW Co-Creation
- „Moving Minds“ wie Gemma Styles, Steve Aoki und Luka Sabbat präsentieren die neuen BMW i Modelle aus ihrer individuellen Perspektive
- Die Zusammenarbeit, die bei der IAA Mobility 2021 begann, wird jetzt auf ein neues Level gehoben

München. Im Zuge der Markteinführung der beiden vollelektrischen Fahrzeuge BMW iX und BMW i4 hebt BMW die erfolgreiche Co-Creation auf ein neues Level. Unter dem Titel „Moving Minds“ bündelt BMW starke Content-Ideen mit Social-Media-Stars wie der Podcasterin und Nachhaltigkeitsaktivistin Gemma Styles, dem zweifach Grammy-nominierten Künstler, DJ und Musik-Produzenten Steve Aoki und dem Unternehmer, Model, Schauspieler und Künstler Luka Sabbat. Das Ergebnis der Partnerschaft von BMW und seinen Partnerinnen und Partnern ist authentisches Storytelling. „Mir gefällt es sehr, wenn ich über Fortschritte rund um das Thema Nachhaltigkeit erfahre und mit Menschen zusammenarbeite, die genauso denken. Dass die „Moving Minds“-Community mit all ihren unterschiedlichen Talenten, Bedürfnissen und Hintergründen zusammenstehen kann, um den Wandel in eine nachhaltige Mobilität voranzutreiben, macht Spaß und ist zugleich sinnvoll“, sagt Gemma Styles.

Der Fokus der „Moving Minds“ liegt auf den neuesten BMW i Modellen. Gemeinsam mit der Marke präsentieren sie die beiden neuen Elektrofahrzeuge BMW iX und i4 einem breiten digitalen Publikum. Die „Moving Minds“ sind insgesamt 11 meinungsstarke Persönlichkeiten aus verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen wie Kunst, Musik, Mode, Lifestyle, Nachhaltigkeit und Technologie, die die beiden Modelle über einen Zeitraum von sechs Monaten testen und ihre Erfahrungen auf Social Media posten. „Die Arbeit mit diesen Talenten ist so inspirierend. Mich freut es zu sehen, dass wir unabhängig von unserem Background jederzeit entscheiden können, unsere Art zu leben und unseren Umgang miteinander zu ändern. Wir überlegen, wie wir unseren Planeten retten können, indem wir unsere Entscheidungen sorgfältig überdenken“, sagt Steve Aoki über die Zusammenarbeit.

Presse-Information

Datum 13. November 2021

Thema „Moving Minds“ Kampagne startet: Bekannte Co-Creators produzieren gemeinsam mit BMW ihre Inhalte zum neuen BMW iX und BMW i4.

Seite 2

Zusammengenommen speist sich die Social-Community der „Moving Minds“ aus insgesamt rund 75 Millionen Fans. Unter dem Hashtag **#bornelectric** präsentieren sie ihren Followern in den kommenden Wochen den BMW iX und den BMW i4 aus ihrer ganz persönlichen Perspektive. Zum Auftakt der Kampagne teilen zehn Co-Creators am 13. November ein sogenanntes „Big Picture“ auf ihren Kanälen. Ausgewählte Posts werden auch auf den Social-Media-Kanälen von BMW veröffentlicht. Für die Kampagnenbilder konnte BMW den bekannten Fotografen Jens Koch gewinnen. An exklusiven Plätzen setzte der für seine besondere Bildsprache bekannte Fotograf die Co-Creators zusammen mit den beiden neuen Elektrofahrzeugen in Szene.

Bereits während der IAA Mobility 2021 sorgte BMW bei der Co-Creator-Kommunikation für neue Maßstäbe. Die Marke vereinte im Rahmen der internationalen Automobilmesse in München ihr globales Botschafter-Netzwerk, um gemeinsam mit ihnen kreative Inhalte rund um die wichtigen Themen Elektromobilität und Kreislaufwirtschaft zu produzieren. „Die Projekte mit unseren Co-Creators während der IAA Mobility haben gezeigt, wie Innovationen rund um Thema Nachhaltigkeit aufregend und kreativ kommuniziert und neue, vielfältige Zielgruppen authentisch erreicht werden können. Wir sind stolz darauf, unsere Zusammenarbeit mit diesen ausgewählten Persönlichkeiten, unseren „Moving Minds“, weiter auszubauen und gemeinsam die Markt-Launches des BMW iX und i4 kommunikativ zu stärken“, sagt Stefan Ponikva, Leiter BMW Markenkommunikation und -erlebnis.

Reichweitenstarke Social-Media-Aktivitäten zur Markteinführung der beiden vollelektrischen Modelle BMW iX und BMW i4.

Zur Markteinführung des BMW iX und des BMW i4 wendet sich BMW in Zusammenarbeit mit dem etablierten Netzwerk von Meinungsführern jetzt noch intensiver einer jungen Community zu. Die Co-Creators präsentieren ihren Zielgruppen glaubwürdig und am Beispiel der beiden neuen Elektromodelle von BMW, wie das Unternehmen Elektromobilität lebt und umsetzt. Luka Sabbat sagt über die Zusammenarbeit mit BMW: „Das Ziel meiner Plattform ist es, junge Menschen zu inspirieren und zu ermutigen, ihre Träume zu verwirklichen. Als Teil der „Moving Minds“ kann ich ihnen eine neue Art der Mobilität vorstellen. Ich möchte ihnen zeigen, dass Design und Leistung eines Autos nicht im Widerspruch zu nachhaltigem Fahren und Umweltschutz stehen.“

Die internationale Co-Creator-Community von BMW setzt sich aus vielseitigen, bekannten Persönlichkeiten aus unterschiedlichen gesellschaftlichen Bereichen zusammen. Hierzu zählen weitere bekannte Persönlichkeiten wie Academy-Award-Gewinner Hans Zimmer, der britische Fotograf und Gen-Z-Fürsprecher Brooklyn Beckham, Sänger und Songwriter

BMW i

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Presse-Information

Datum 13. November 2021

Thema „Moving Minds“ Kampagne startet: Bekannte Co-Creators produzieren gemeinsam mit BMW ihre Inhalte zum neuen BMW iX und BMW i4.

Seite 3

Khalid, Schauspieler, Autor und Co-Moderator des Kunst-Podcasts „Talk Art“ Russell Tovey, die italienische Bloggerin und Unternehmerin Chiara Ferragni sowie die langjährige BMW Markenbotschafterin, Model und Unternehmerin Lena Gercke, Sängerin Zoe Wees und der sechsfache Skateboarding-Weltmeister Nyjah Huston.

Presse-Information

Datum 13. November 2021

Thema „Moving Minds“ Kampagne startet: Bekannte Co-Creators produzieren gemeinsam mit BMW ihre Inhalte zum neuen BMW iX und BMW i4.

Seite 4

Die BMW Group

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst 31 Produktions- und Montagestätten in 15 Ländern; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2020 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von mehr als 2,3 Mio. Automobilen und über 169.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2020 belief sich auf 5,222 Mrd. €, der Umsatz auf 98,990 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2020 beschäftigte das Unternehmen weltweit 120.726 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Das Unternehmen hat frühzeitig die Weichen für die Zukunft gestellt und rückt Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung konsequent ins Zentrum seiner Ausrichtung, von der Lieferkette über die Produktion bis zum Ende der Nutzungsphase aller Produkte.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group/>